

もっと売上を伸ばそうとお考えの
地域密着ビジネスの経営者へ

通常チラシ5,000枚で反響1件が
200枚で14件成約になった！

「最強集客チラシ」
作成マニュアル

モエル株式会社

木戸一敏

では反響率1/14チラシを
公開しましょう！

目を止めるチラシにするには？

- 目を止めるデザイン
 - 目を止めるキャッチコピー
- の2つが重要



センスが求められる

習得するのに膨大な時間がかかる
＝本業に支障をきたす

でもご安心ください！

デザインセンスが一切なくても
一目で魅了する方法がある

それは・・・

「顔の絵を描く」 こと

顔イラストNG

- ・ 線が少ない、見た目単調な絵
- ・ ウケを狙ってふざけて描いた絵
- ・ 小さい絵

一生懸命に描いた絵にするには？

線を多くする＝手間暇をかける



絵が上手い下手ではなく **線が多いかどうか**

**目を止めるチラシデザインの
コツは超簡単！**

チラシ作りをスタート！

共感をパワーアップする 5つのブロック

1. 「あっ私がそうだ！」
2. 「そうそうそう！」
3. 「私の気持ちわかってくれる！」
4. 「本当に安心かも！」
5. 「一度相談しよう！」

ブロック1

ブロック2

ブロック3

ブロック
4

ブロック5

ブロック1. 「これ、私がそう！」

アイツ★クリーニングのご案内
 長さがいいから、明日着て行くスーツがなくて
 お困りのお忙しいアタタへ!!

ブロック2

ブロック3

ブロック 4

ブロック5

**チラシ作りをするとき
一番最初にやることは？**

一般的なチラシ作りは...

今月はどの商品をチラシにしよう



主語が「商品」の考え方

最強集客チラシ作りは...

今月はどんなことが
気になっている人でしょうか？



主語を「お客さん」にする

そのお客さん 山田花子 さんは、
どんな問題があり問い合わせをしてきたのか？
(25文字以内)

気がついたら明日着ていくスーツがなく (心配
で・不安で・不満で・不便で・困って・悩んで・気になって)
問い合わせをしてきた。

お客さんの気持ちを
一番表している言葉を選ぶ

NGパターン

- ①瓦葺き替え工事 → ケラバがズレてるみたいで心配
- ②整体 → 脛骨の痛みが消えなくても困ってるんだけど
- ③生命保険 → 解約返戻金っていくらになるか気になる



なぜ NG なのか？

- ①瓦葺き替え工事・・・お客さんは「ケラバ」とは言わなかったはず
- ②整体・・・お客さんは「脛骨（けいこつ）」とは言わなかったはず
- ③生命保険・・・お客さんは「返戻金」とは言わなかったはず

主語が「商品」の発想なのでNG

その問題を解決する あなたの商品名は？

気がついたら明日着ていくスーツがなく _____ (心配
で・不安で・不満で・不便で・困って・悩んで・気になって)
問い合わせをしてきた。



クイック・クリーニング

商品名をチェック

お客さんにとって気軽に
問合わせができる商品を設定する
(主語＝お客さん)

- 例) 「自然素材の新築」 → 「自然素材の家 見学会」
「法人向け終身保険」 → 「お金をコントロールする勉強会」
「屋根塗装」 → 「雨どい修理」

キッカケ作りのための商品にする

商品名をチェック

その商品名は一般的に認知されているか？

- 例) 「セカンドエイド」 → 「防災7点セット」
「フラッシュアジャスメント」 → 「全身整体」
「ガイナ塗装」 → 「遮熱塗装」

見込み客がイメージできる商品名にする
(主語＝お客さん)

ブロック1「これ、私がそう！」

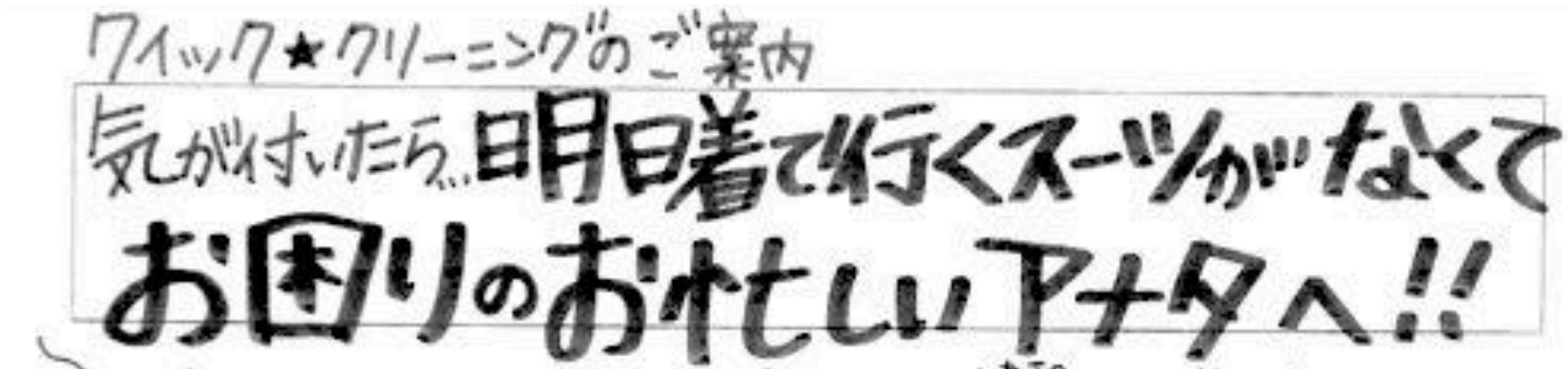
ブロックのフォーマット

商品名 クイック・クリーニング のご案内

気がついたら明日着ていくスーツがなく が

(で) [心配な・不安な・不満な・不便で・**困っている**・
お悩みの・気になる] [奥様・ご主人・社長（その
他 **アナタ** ）] へ

「これ、私がそう！」作りのポイント



- ✗ ペルソナを設定する⇒主語が商品になりやすい
- 実在するお客さん（既存客）を設定する

チェック！

「ウィック★クリーニング」のご案内
気が付いたら...明日着て行くスーツがなくて
お困りのお忙しいアナタへ!!

**対象者が見たとき
「これ、私がそう！」と共感するか？**

【ブロック1】 をあなたの商品に 当てはめよう

7イック★クリーニングのご案内
気が付いたら...明日着て行くスーツがなくて
お困りのお忙しいアタへ!!

ブロック2. 「そうそうそう！」

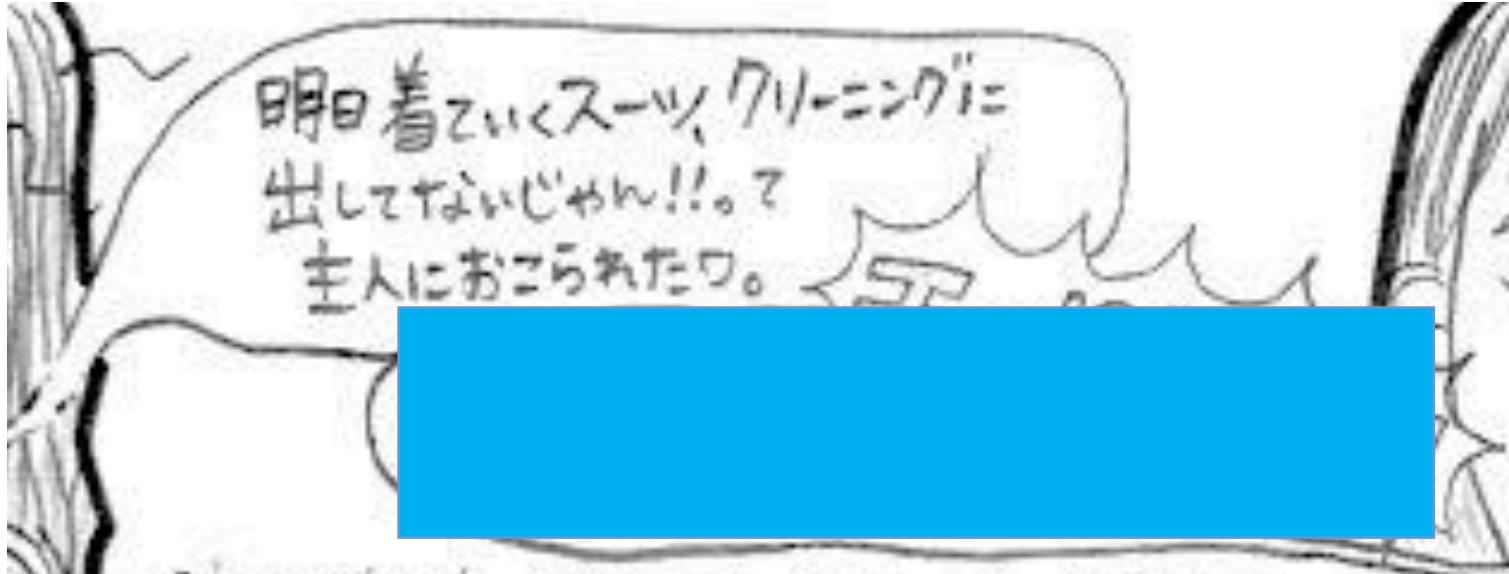
ブロック1

ブロック3

ブロック4

ブロック5

2人の会話を作る



ブロック1で設定したお客さんと
同じ問題を持っているお客さんが
それについて会話をしている

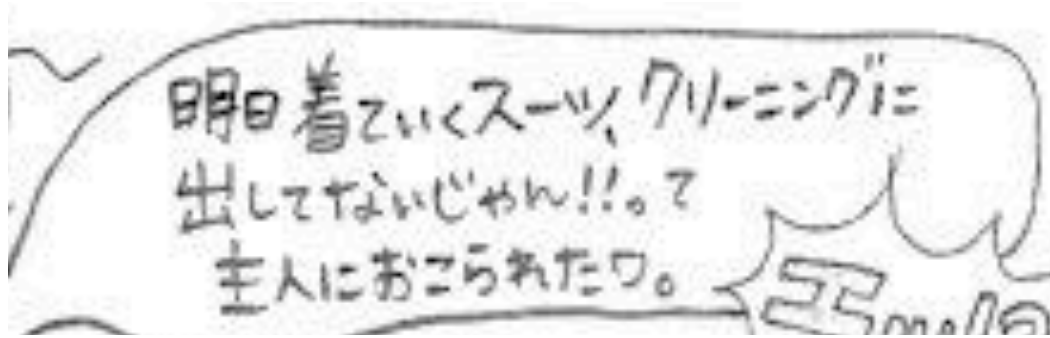
この会話の問題点はどこ？

~~「明日着ていくスーツ、クリーニングに出してないじゃん!!って主人におこられたワ」~~

~~「それなら良いクリーニング屋さん知ってるから紹介するわ！」~~

お客さんと営業マンの会話になっている
(主語が「商品」の考え方)

ブロック1で設定したお客さんが 問題について何と言ったか？



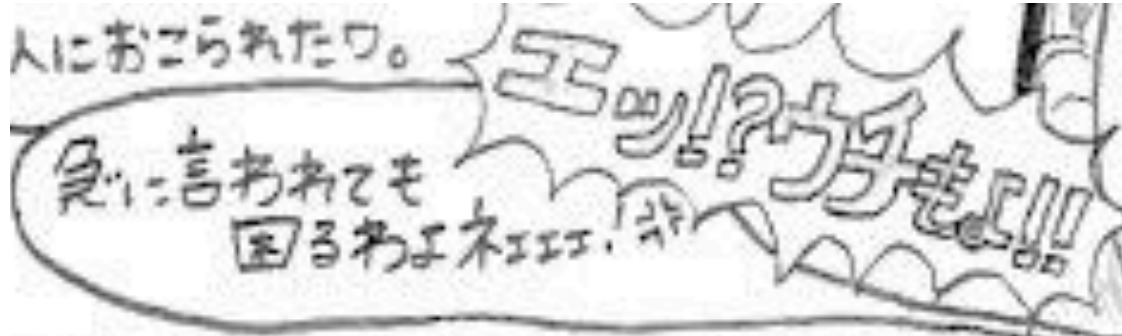
「明日着ていくスーツ、クリーニングに出してないじゃん!!って主人におこられたワ」

リアリティーのある

言葉になっているかをチェック

(お客さんがイメージできる【主語＝お客さん】)

その言葉に同じ問題を持つ もう一人のお客さんは何と言ったか



「エッ!? ウチもよ!!
急に言われても困るわよネエエエ」

**リアリティーのある
言葉になっているかをチェック**
(お客さんがイメージできる【主語＝お客さん】)

二人の会話が噛み合っているかを確認

「明日着ていくスーツ、クリーニングに出してないじゃん!!って主人におこられたワ」

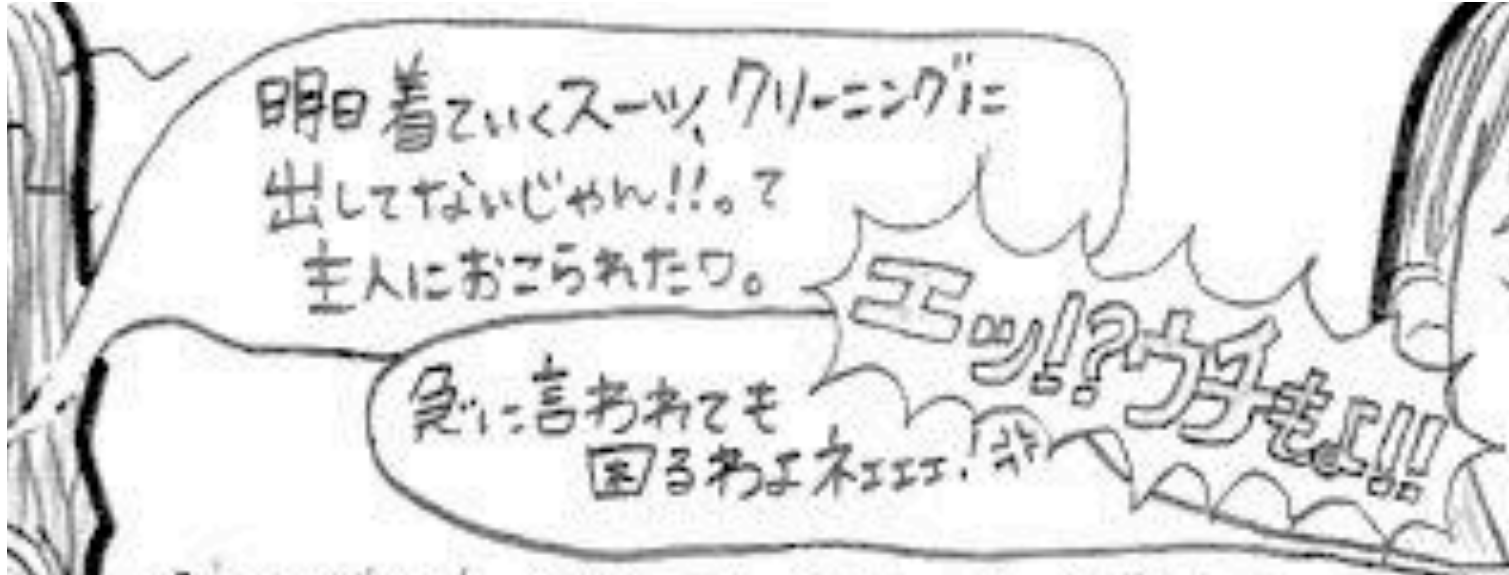
「エッ！？ウチもよ!!
急に言われても困るわよネエエエ」

リアリティーのある
言葉になっているかをチェック
(主語＝お客さん)

セリフを作るときのポイント

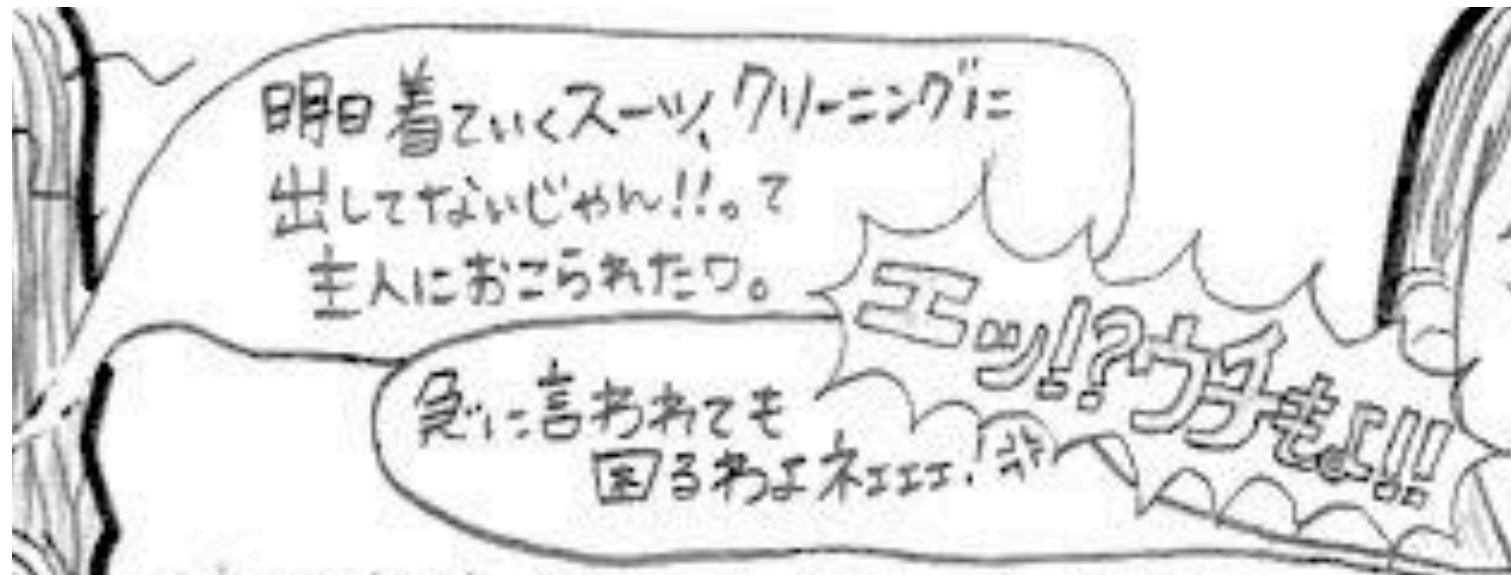
- ・ 営業マンとの会話ではなく、
「同じ問題を抱えたお客さん同士」の会話にする
- ・ Bさんは、Aさんの相談を解決するのではなく、
「Bさんも同じ経験をしていることを伝えるセリフ」にする
- ・ Bさんは、単に同意するだけでなく、
「Aさんとは違った角度のセリフ」にする

チェック！



**対象者が見たとき
「そうそうそう！」の共感を
引き出せているか？**

【ブロック2】 をあなたの商品に 当てはめよう



ブロック3. 「私の気持ちわかってくれる!」

ブロック1

ブロック2

いると、「あ〜!! どうしよう〜!!」と、なりますよね。
もし、あなたが早くて安心して出せるクリーニング店を
お探しでしたら... ぜひ、あまがせ下さい!!

ブロック4

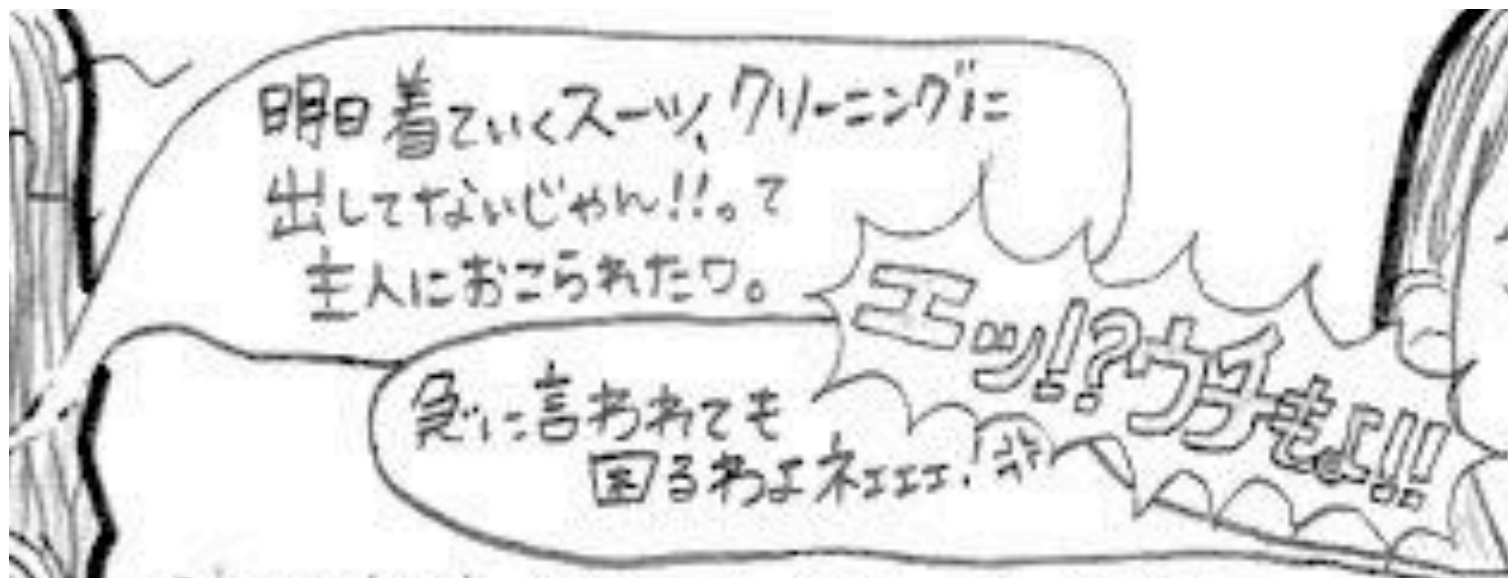
ブロック5

共感&気にかける

そうTくんですよね...も 着たい時にクリーニングに出したけれど
いると、「あ〜!!どうしよう〜!!」って、なりますよね
もし、あなたが早くで安心して出せるクリーニング店を
お探していたら...ぜひ おまかせ下さい!!

共感&気にかける

ブロック2の問題を持つ2人のお客さんに
共感&気にかけるとしたら？



この2人の困りごとに共感&気にかける

【共感&気にかけてフォーマット】

「明日着ていくスーツ、クリーニングに出してないじゃん!!って主人におこられたワ」

「エッ！？ウチもよ!!急に言われても困るわよネエエエ」



(そうですかぁ・そうですよねえ・そうなんですよええ)

どんな時 着たい時に をして、クリーニングに出し忘れ たら

「あ」 ~~~!!どうしよう~~~ (汗) となりますよね(×)

もしあなたが安心して 出せるクリーニング店 を探しできた

ら、(一度ご相談・お任せ・ご連絡) ください(^o^)

これはどう思う？

~~① 何度もクリーニングに出し忘れてしまうと、例え夫婦の間であっても信用を著しく落としてしまいます(-_-;)~~

⇒ 煽り

~~② でも、もうご安心ください！私どもにお任せいただければどんなお困り事も解決します！~~

⇒ 自社アピール

× 煽り・自社アピール **○** お客さんを気にかける

共感&気にかかけの重要性を理解しよう

▼売れないトーク

「車を擦ってしまってガッカリですよ(-_-)」

「そうですね。それでしたら私にお任せください。23年のスマートリペア技術でちょっとしたこすりや凹みなら、短時間で元通りのピカピカ状態にできます！」

▼売れるトーク

「車を擦ってしまってガッカリですよ(-_-)」

「私も擦ったことがあります。そりゃもうガッカリですね。その上、友だちから『あれ？車どうしたの？』なんて聞かれたらWパンチで、心まで傷ついてしまいます」

ここをガッチリ理解しよう

▼売れないトーク&チラシ=すぐに解決策を提示する

「この営業マンは、私の気持ちを理解するより、売ること=自分の利益を先決する人だ」とお客さんは判断する

▼売れるトーク&チラシ=共感&気にかける

「この営業マンは、私の気持ちを理解してくれる！この営業マンから買えば、良心的に対応してくれる！」とお客さんは判断する

人は感情の生き物

(どんなに理詰めのお客さんでも)

「気にかける」とは？

相手を心配したり思いやりの気持ちで接す

by Weblio辞書



相手が笑顔になるように
何も求めずに声をかけること

チェック！

そうなんですすよね...も 着たい時にクリーニングに出したけれど
いると、「あ〜!! どうしよう〜!!」って、なりますよね
もし、あなたが早くで安心して出せるクリーニング店を
お探しでしたら...ぜひ おまかせ下さい!!

**「私の気持ちわかってくれる!」
とお客さんが
強く共感する内容になっているか？**

【ブロック3】 をあなたの商品に 当てはめよう

(そうですねえ・そうなんですよねえ)

着たいときにクリーニングに出し忘れたら

「あゝ ～～～!!どうしよう～～ (汗)」 となりますよね(×)

もしあなたが安心して出せるクリーニング店を探しできた
ら、(一度ご相談・お任せ・ご連絡) ください(^o^)

ブロック4. 「本当に安心かも！」

ブロック1

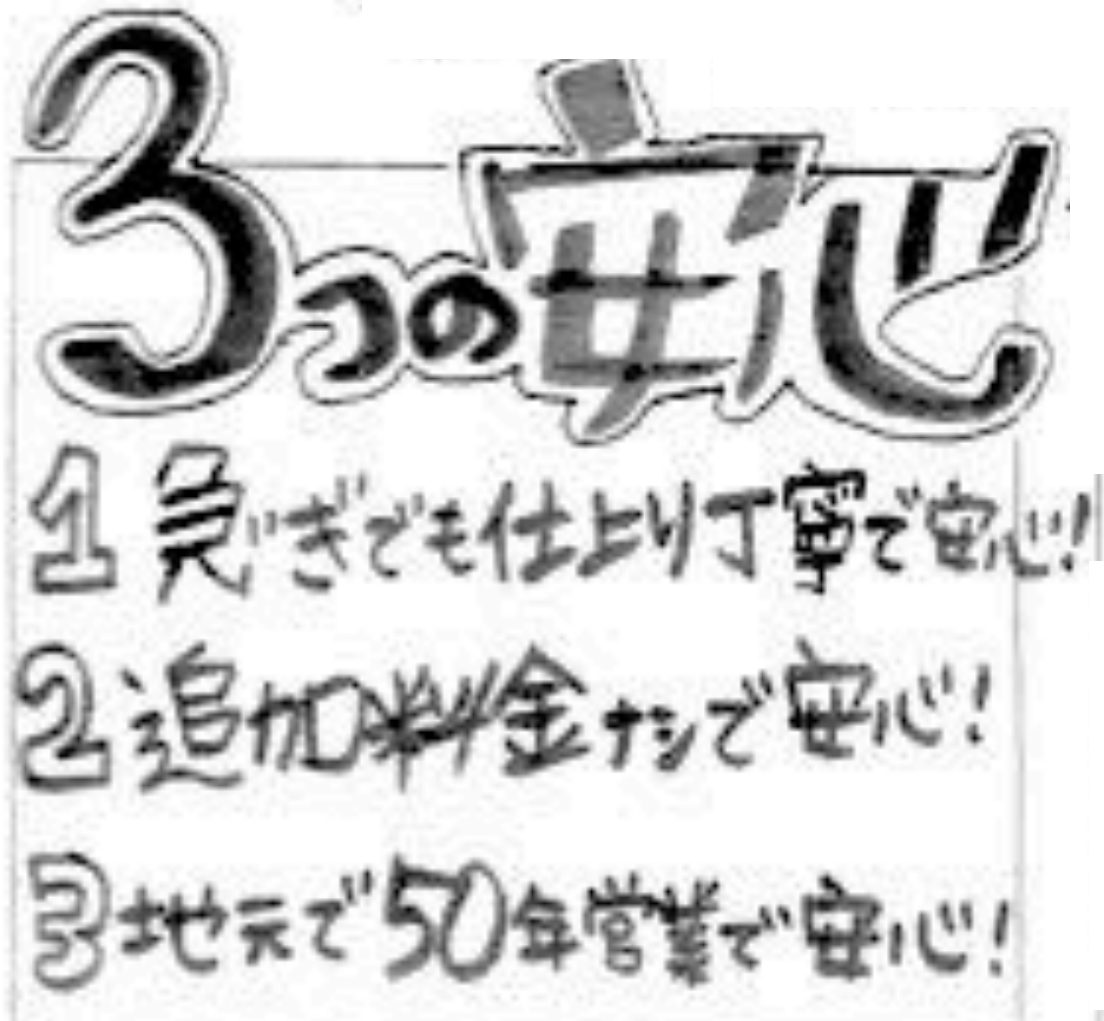
ブロック2

ブロック3

ブロック5

- 1 急ぎでも仕より丁寧で安心
- 2 追加料金ナシで安心
- 3 地元で50年営業で安心

ブロック4. 「本当に安心かも！」



お客さんが躊躇すること

あなたのチラシを見て、興味を持った人がいる。しかし問い合わせをするのに躊躇している。それはどんなことか？

1. いくらかかるかわからない
2. ちゃんと工事してくれるのかなあ
3. 雨どい以外に指摘されそう



商談のタイミングではなく「**問い合わせをしようか迷っているお客さんの気持ち**」になって考える

躊躇する気持ちを和らげる

- | | | |
|---------------------------|---|--------------------|
| 1. <u>いくらかかるかわらない</u> | → | <u>出張料なし定額</u> で安心 |
| 2. <u>ちゃんと工事してくれるのかなあ</u> | → | <u>近くのお店なの</u> で安心 |
| 3. <u>雨どい以外に指摘されそう</u> | → | <u>小さな仕事歓迎</u> で安心 |



- ・ 問い合わせ前のお客さんが安心するかをイメージする
- ・ 12文字以内にまとめる
- ・ 赤枠部分だけを見てわかるようにする

なぜ躊躇することを書き出す？

主語を「お客さん」にするため

お客さんは何を躊躇する？に焦点を当てないと、
自社のメリットをアピールする目的＝「商品が主語」になってしまう

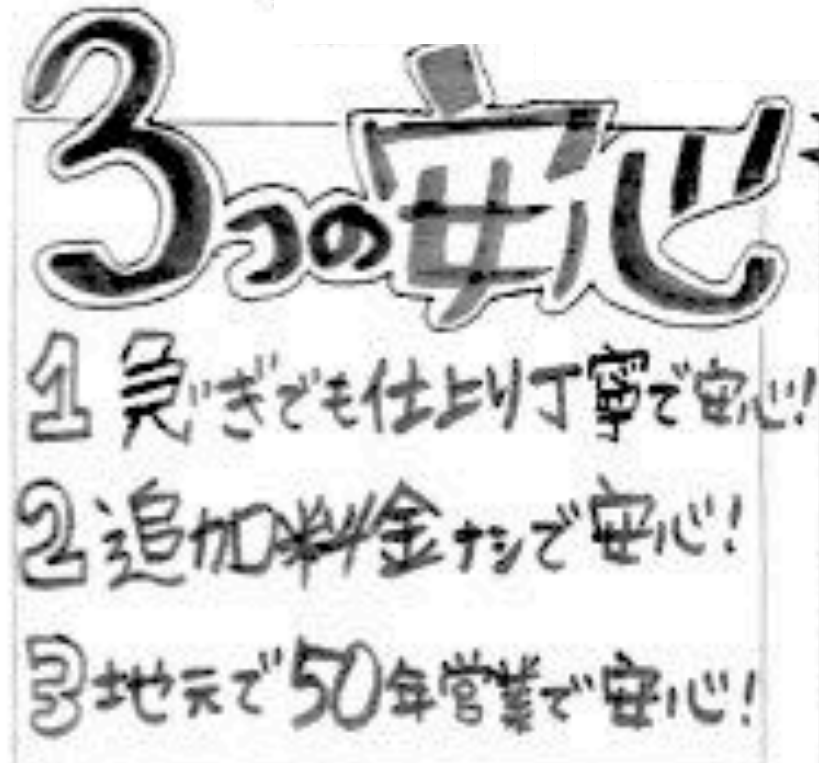


一度、お客さんが躊躇することを書き出すことで
お客さんを主語にした「3つの安心」になる

具体的にorオリジナル化する

- ・ フォロー万全で安心→1年保証付きで安心
- ・ ていねいな仕事で安心→写真報告で安心
- ・ 親身に相談で安心→女性スタッフ対応で安心
- ・ アットホームで安心→子連れOKで安心
- ・ 多くの実績で安心→865社の実績で安心
- ・ 最新の技術で安心→AI監視カメラで安心
- ・ 優秀な先生で安心→○試験合格の先生で安心
- ・ カタログ完備で安心→397の施工事例集で安心

チェック！



対象者が見たとき「本当に安心かも！」
と思う内容になっているか？

ブロック5.「一度相談しよう！」

ブロック1

ブロック2

ブロック3

ブロック
4

★当日仕上げが基本の
クイックシステムを採用!!

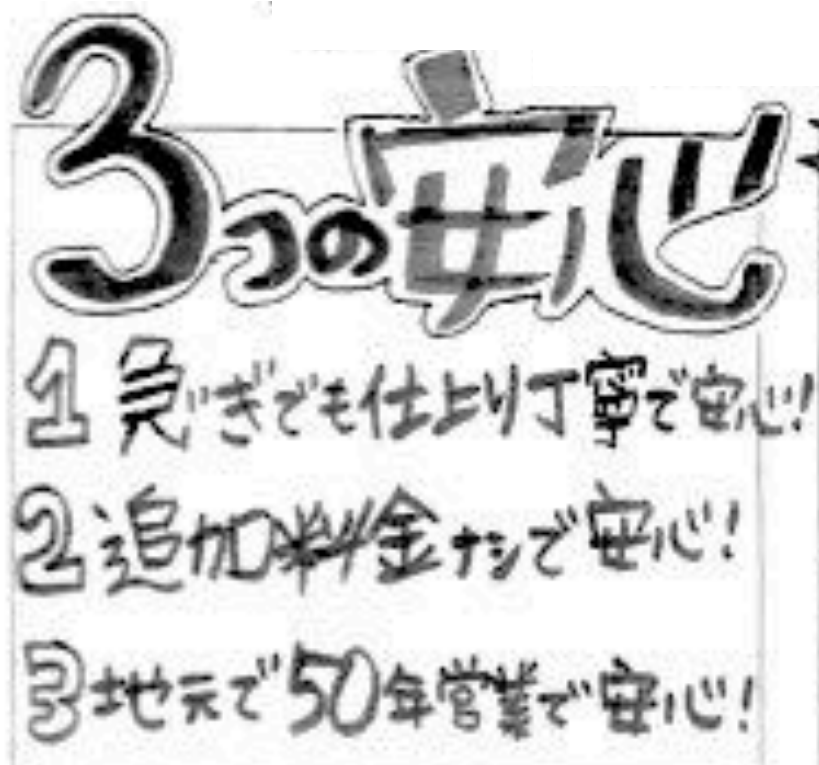
★もちろんYシャツやネクタイも
同時に仕上ります!

忙しいお客様のご要望に
できる限りお応えしています!!

※内 某月以外にも、メニューが反転のご相談も...
手書きチラシ見たより、お気楽にお電話ください!!

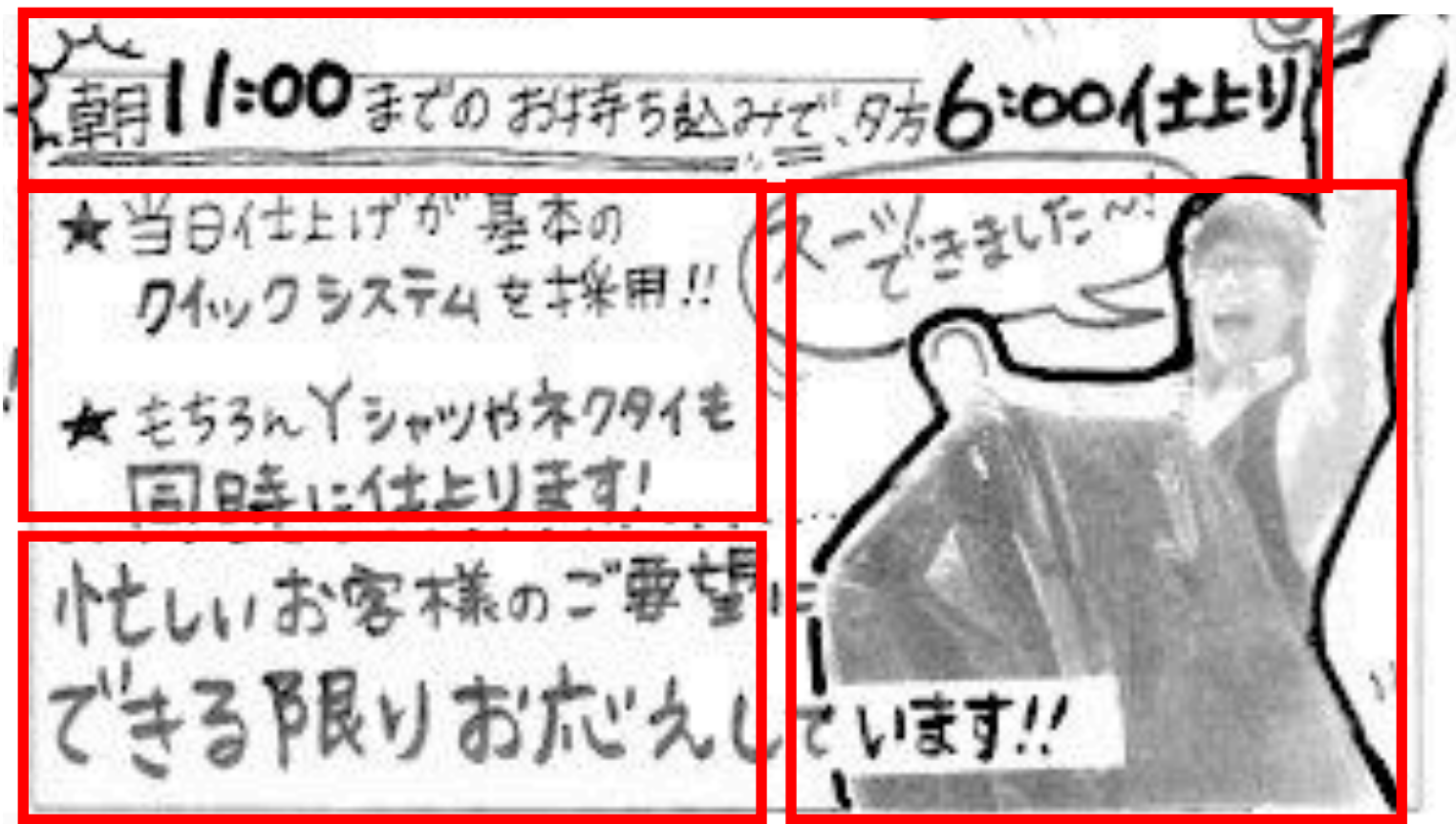
213番の
パズル
はいいです。

【ブロック4】 をあなたの商品に 当てはめよう

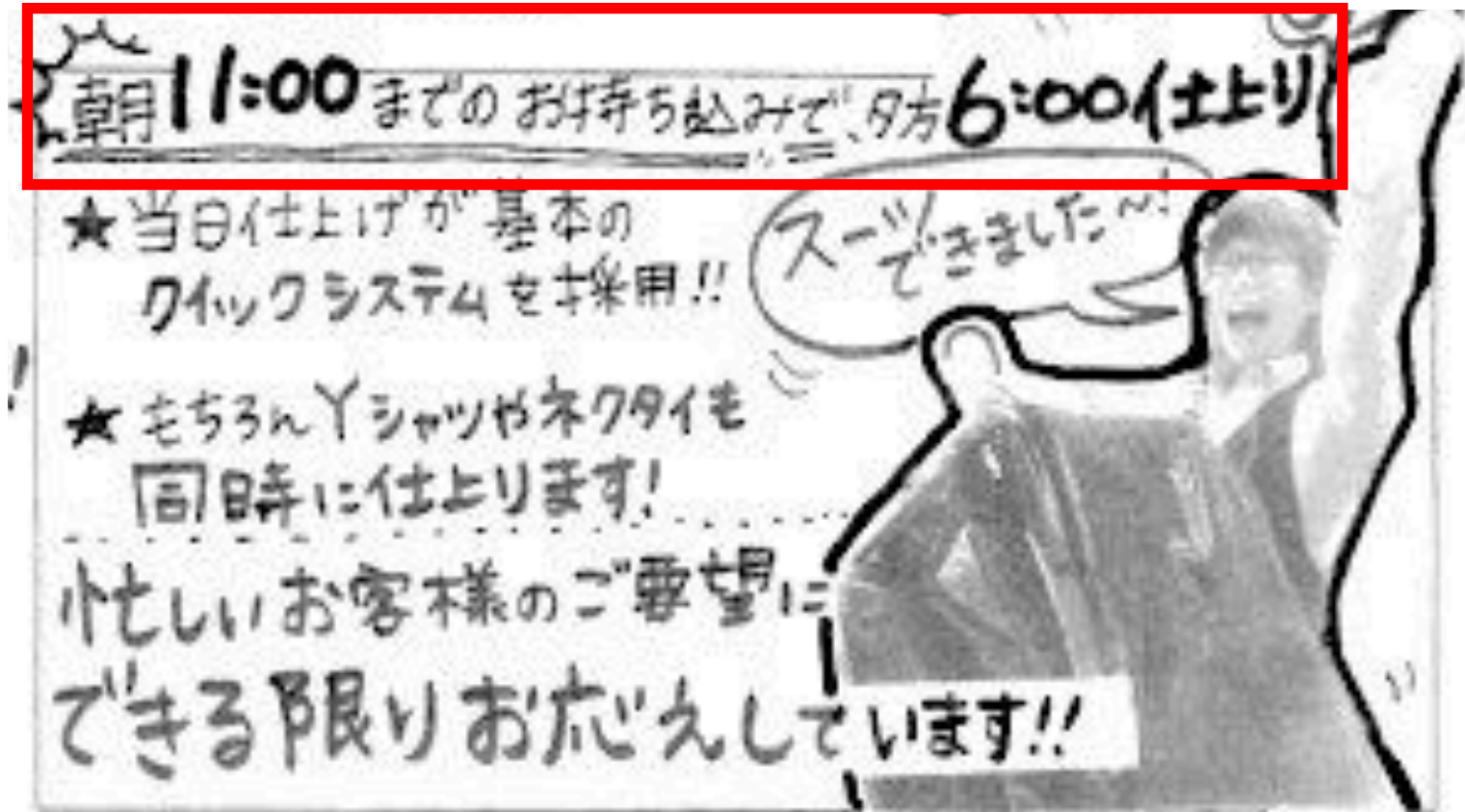


ブロック5「一度相談しよう！」の構成

1. メリット
2. 内容説明
3. メッセージ
4. イメージ画像



1. メリット



朝11:00までのお持ち込みで、夕方6:00に仕上がり

★当日仕上げが基本の
クイックシステムを採用!!

★もちろんYシャツやネクタイも
同時に仕上がりします!

忙しいお客様のご要望に
できる限りお応えしています!!

スピーディに仕上がります!!

The image is a hand-drawn advertisement for a dry cleaning service. It features a red rectangular border at the top containing the text '朝11:00までのお持ち込みで、夕方6:00に仕上がり'. Below this, there are two bullet points: '★当日仕上げが基本のクイックシステムを採用!!' and '★もちろんYシャツやネクタイも同時に仕上がりします!'. At the bottom, a larger text block reads '忙しいお客様のご要望にできる限りお応えしています!!'. On the right side, there is a cartoon illustration of a man in a suit, looking surprised or happy, with a speech bubble that says 'スピーディに仕上がります!!'.

デメリット

ブロック1で設定した対象者が、あなたの商品に出会うことがなかったら、どんなデメリットがあるか？
過去にデメリットを体験したお客さんの例から挙げる

▼クリーニング店の例

またスーツをクリーニングに出し忘れたとき主人と
今まで以上に陰悪な雰囲気になる

メリット

そのデメリットを回避し、対象者の問題が解決するために、あなたは何を提供する？

▼クリーニング店の例

またスーツをクリーニングに出し忘れたとき主人と今まで以上に陰悪な雰囲気になる



1日も早くクリーニングが仕上がればいい



「朝11:00までのお持ち込みで夕方6:00仕上りOK!!」

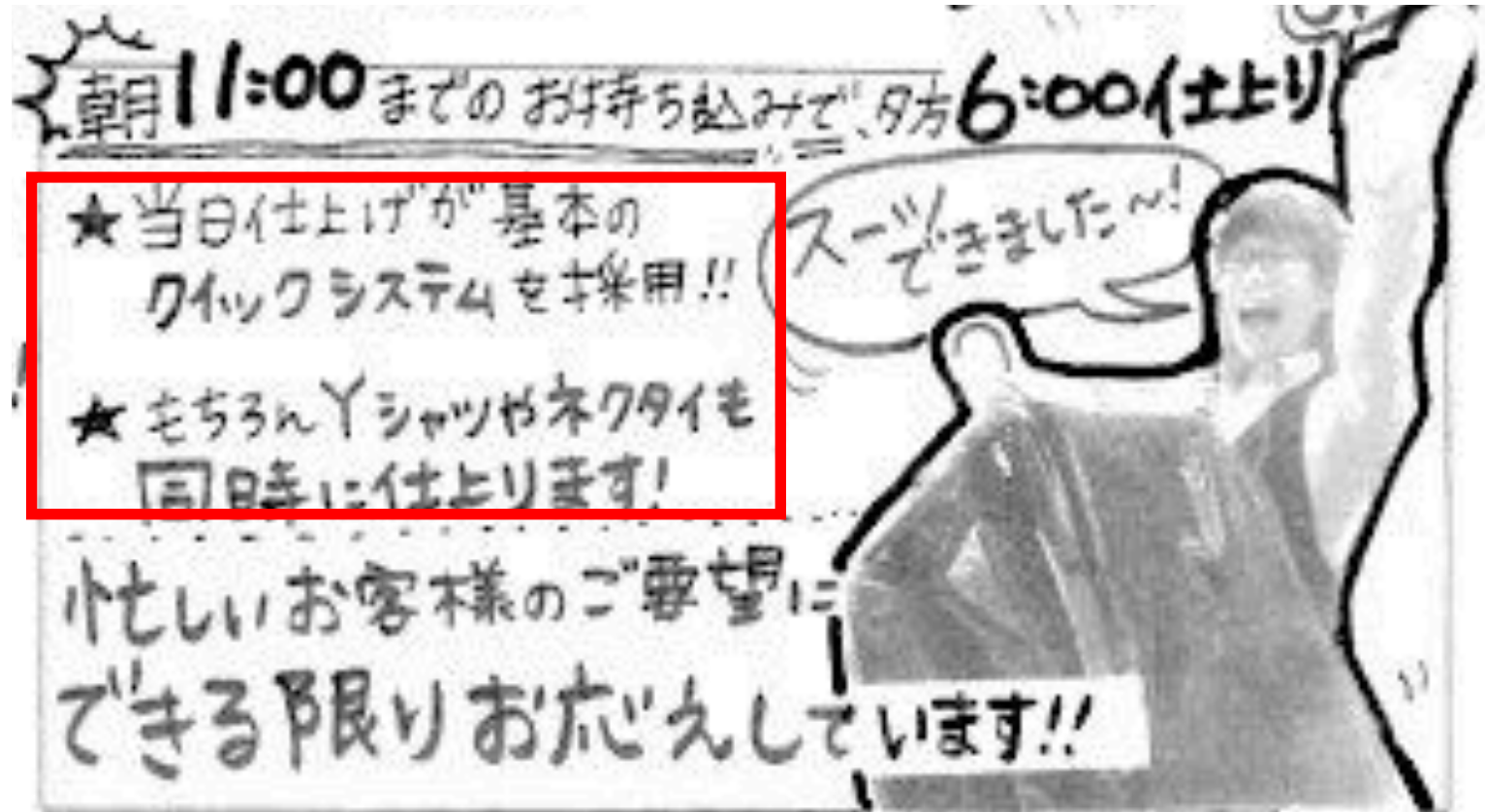
なぜデメリットが必要？

メリットだけで探すと、
主語が**”商品”のメリット**になる



デメリットから探すことで、
主語が**”お客さん”のメリット**になる

2.内容説明



商品内容

対象者がよりメリットをイメージできる商品内容を
2～3つ書く

日時・場所・期間・金額・**詳細**・プレゼント・方法・**補足**等

▼クリーニング店の場合

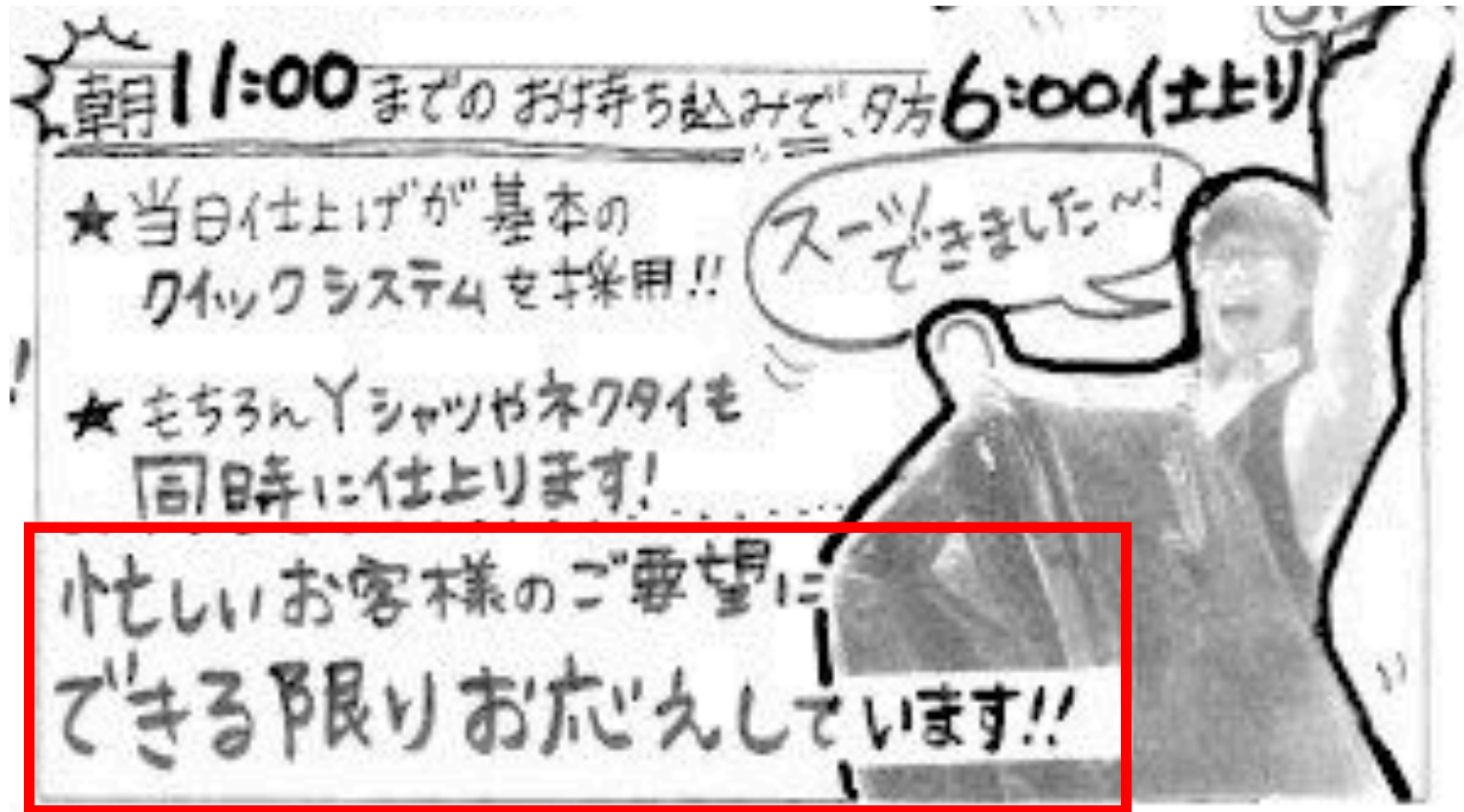
メリット 「朝11:00までのお持ち込みで夕方6:00仕上りOK!!」



詳細→ 当日仕上げが基本のクイックシステムを採用!!

補足→ もちろんYシャツやネクタイも同時に仕上がります！

3.メッセージ



対象者が安心する言葉がけ

対象者と対面しているとイメージ。メリットと商品説明をしたあと、対象者が安心する言葉がけをするとしたら？

▼クリーニング店の場合

「朝11:00までのお持ち込みで夕方6:00仕上りOK!!」

「当日仕上げが基本のクイックシステムを採用!!」

「もちろんYシャツやネクタイも同時に仕上がります！」



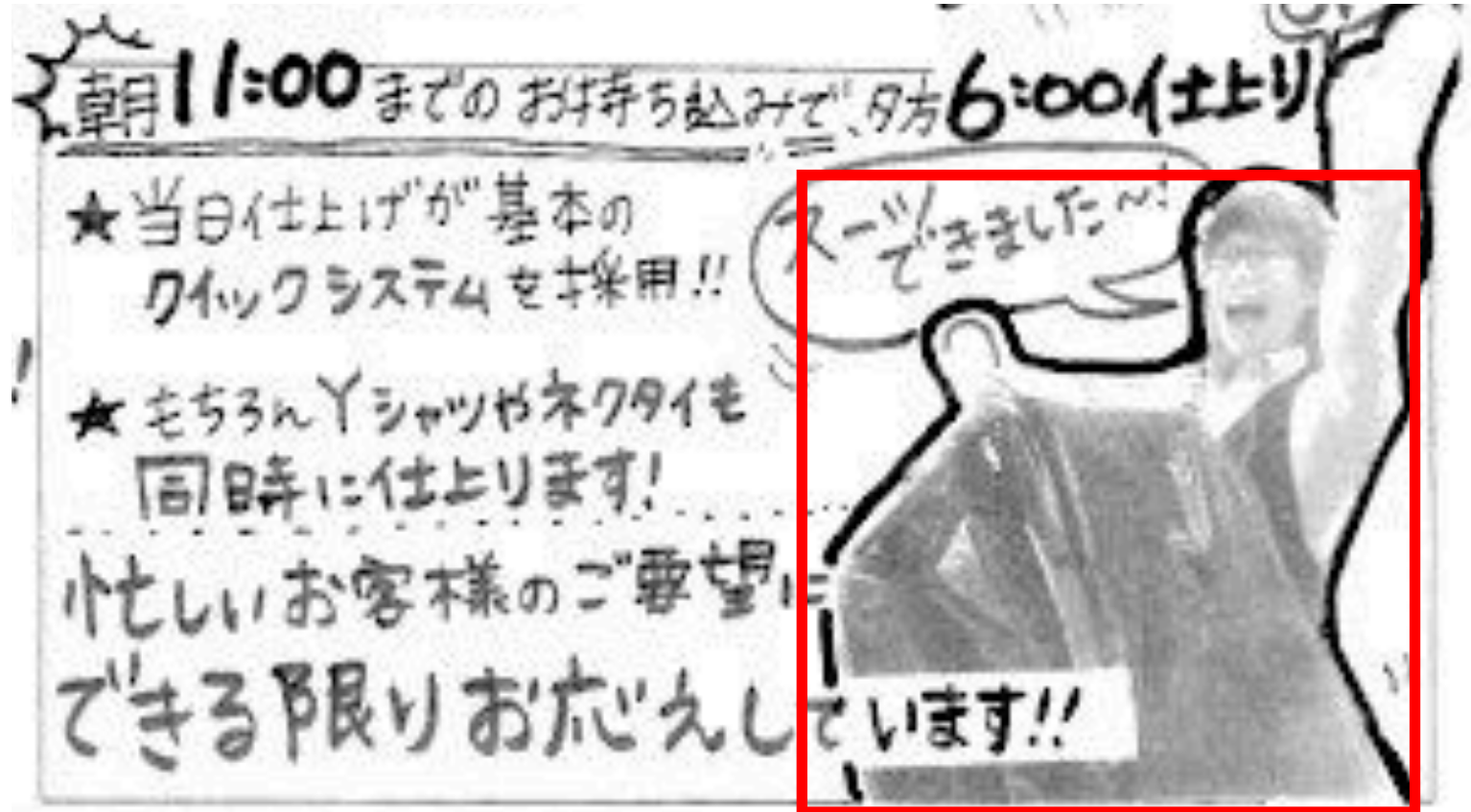
忙しいお客様のご要望にできる限りお応えしています!!

対象者が安心する言葉がけ

軽く言葉がけをするのがポイント

- その場の緊張を和らげ、お客さんがリラックスするので決断を下しやすくなる
- 親しみやすさを感じさせ、お客さんとの間に友好的な関係を築ける
- 決断を急がされる感がなく、お客さんが自分のペースで決断を下せることが信頼につながる

4.イメージ画像



視覚情報で安心を引き出す

人は文字からの情報より写真など視覚からの情報の方が早く理解する。

【ヒント】

- ・あなたが作業（相談）をしている写真
- ・問題が解決されたイメージの写真

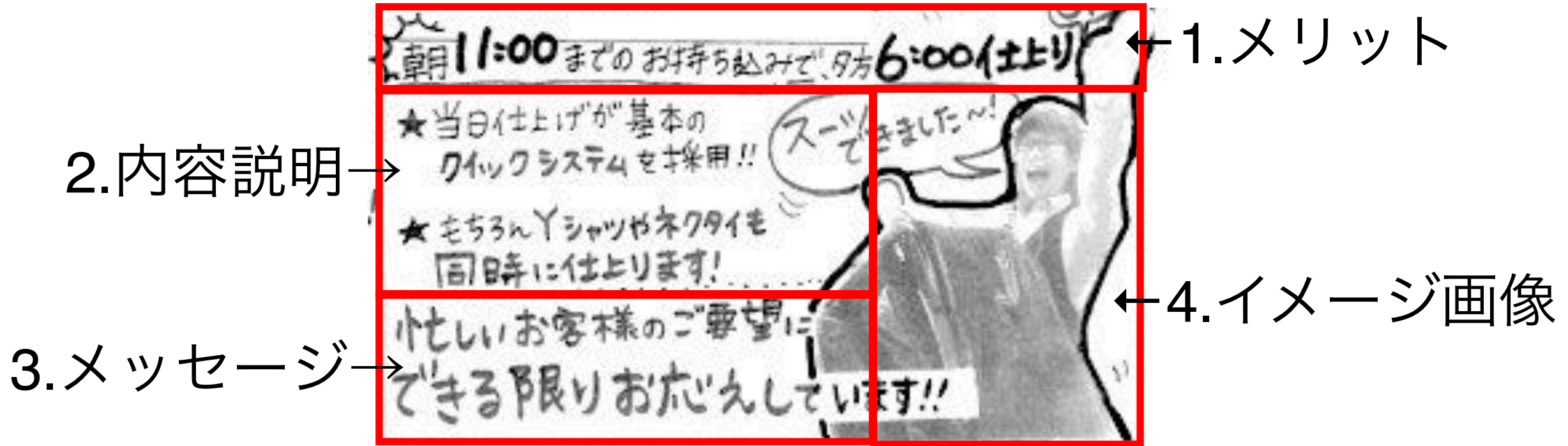
▼クリーニング店の場合

問題が解決されたイメージの写真

明日までにクリーニングしておかないといけ
ないスーツができたというイメージ

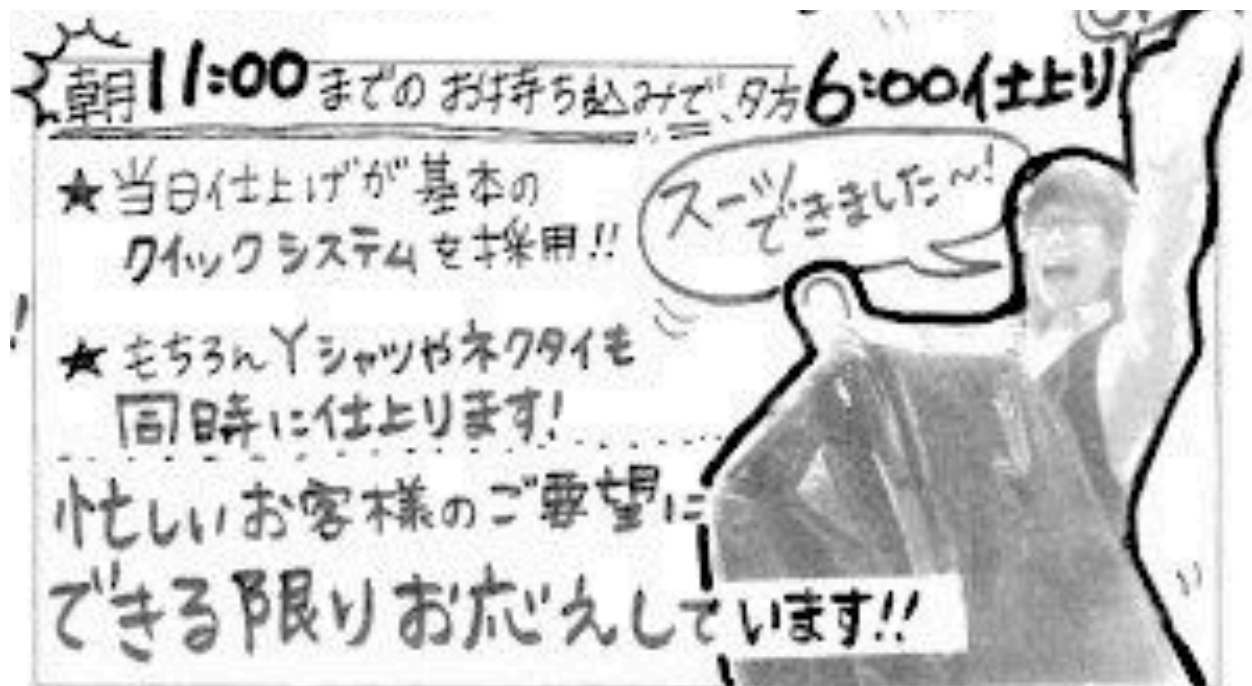


チェック！



対象者が見たとき
「一度相談してみよう!」
と思う内容になっているか?

【ブロック5】 をあなたの商品に 当てはめよう



ブロック1

ブロック2

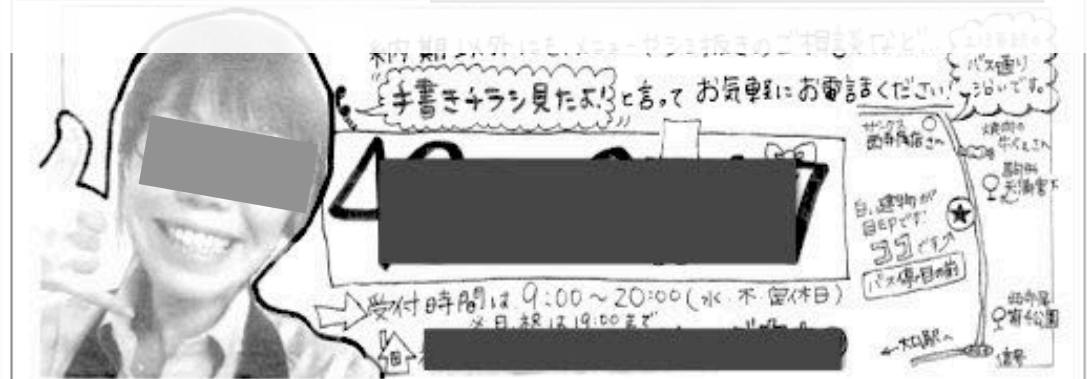
ブロック3

ブロック
4

ブロック5

すべてのブロックが
見えない部分で
すべてが完成したら？

すべてのブロックが
見えない部分で
「商品」ではなく
「お客さん」を主語に
した作りになってる

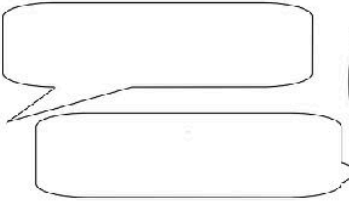


フッターの書き方

① こんにちは、_____の_____です。先日ある
お客様_____とき、こんな話がありました。



②





③

④ もし、あなたも_____で気になることがありましたら、
お気軽に_____ください。どんな相談も喜んでお受けします。

メリット+商品・サービス名

その他 _____ などに _____ します。

まずは、担当 _____ まで、お電話ください。



⑤

00-000-0000

電話受付 〇:〇〇~〇:〇〇 (_____ 休み)

地図

〇〇株式会社 埼玉県春日部市増富694-12 FAX:048-760-2781 mail:info@moelivuku.jp

その他 _____ などに _____ します。	
まずは、担当 _____ まで、お電話ください。	地図
 00-000-0000 電話受付 〇:〇〇~〇:〇〇 (休み)	
〇〇株式会社 埼玉県春日部市増富694-12 FAX:048-760-2781 mail:info@moeljyuku.jp	